

Destinations Bien-être et Spas

Attentes clientèles et
stratégies de développement



Ingénierie
et développement touristique

Préface

La notion de « bien-être » est aujourd'hui largement déclinée dans l'offre touristique internationale et française. Elle renvoie en effet à quelques unes des attentes fortes des clientèles en séjour touristique : être en rupture avec le stress du quotidien, se ressourcer, se régénérer. La recherche du bien-être fait également largement écho au vieillissement marqué de la population dans les sociétés occidentales.

Le tourisme lié au bien-être se traduit concrètement par des équipements variés : spas, centres de thalassothérapie, de balnéothérapie, thermaux ou thermoludiques qui ont l'eau pour point commun et une grande variété de services et prestations complémentaires permettant de concevoir des approches globales.

Pour se différencier, l'hôtellerie haut de gamme s'est depuis plusieurs années équipée de spas, venant ainsi se positionner en alternative aux offres historiques de tourisme de bien-être à vocation plus médicale. Outre l'effet différenciateur, les hôteliers ont cherché par ce moyen à s'assurer une source de revenus supplémentaires, les prestations de bien-être ou de beauté permettant bien souvent de doper la fréquentation de l'établissement en attirant de nouveaux clients, y compris hors saison, et d'allonger la durée de séjour tout en augmentant le panier moyen.

Depuis quelques années, les spas apparaissent dans les résidences de tourisme, l'hôtellerie de plein air et même les villages vacances dédiés au tourisme familial. Dans le même temps, les centres thermaux et de thalassothérapie ont réagi en diversifiant leur offre originellement médicale ou paramédicale en proposant des prestations de bien-être et de remise en forme, parfois en utilisant les installations existantes, parfois en créant des équipements dédiés.

Ce foisonnement de l'offre et notre savoir-faire historique expliquent la très bonne place de la France parmi les destinations bien-être dans le monde. Paradoxalement, la filière manque encore de reconnaissance et de lisibilité aussi bien à l'intérieur de nos frontières qu'à l'international. Elle a notamment besoin, pour se développer pleinement, de données pertinentes sur l'évolution des attentes des clientèles, les caractéristiques de l'offre existante et les bonnes pratiques mises en œuvre par les destinations les plus avancées.

C'est dans cet objectif qu'avec la Caisse des Dépôts et Consignations et la Région Provence-Alpes - Côte d'Azur comme partenaires, Atout France a réalisé cette étude de référence, qui aidera les acteurs privés comme les destinations à trouver les réponses à leurs interrogations, pour bien se positionner sur ce marché stratégique pour la France.

Philippe Faure
Président du Conseil d'administration

Christian Mantei
Directeur Général de Atout France

SOMMAIRE



6



6

CHAPITRE 1 Panorama du secteur du bien-être en France

- 12 1. Environnement réglementaire et institutionnel
- 19 2. Chiffres clés des activités liées au bien-être
- 31 3. Les clients et les activités du tourisme de bien-être

36

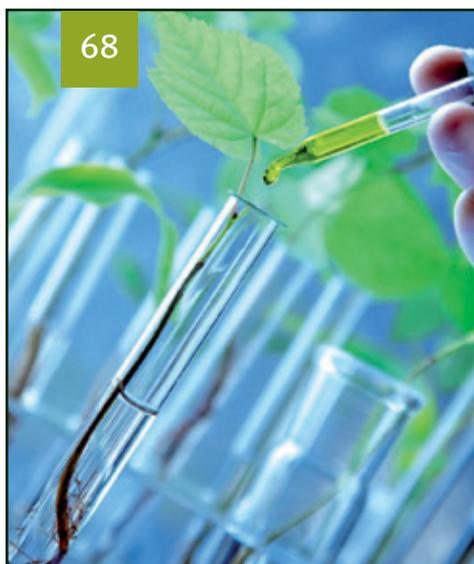


36

CHAPITRE 2 Analyse des attentes et besoins des clients

- 38 1. Les avis clients,
focus sur le site spécialisé « balinea.com »
- 44 2. Les résultats de l'enquête clients
- 62 3. La clé de la satisfaction client : s'adapter à la cible
et à son profil

68



68

CHAPITRE 3 Analyse opérationnelle des destinations bien-être

- 70 1. Benchmark de quelques destinations Spa françaises
- 97 2. Analyse comparative
- 101 3. Facteurs clés de succès de ces destinations
- 108 4. Des stratégies territoriales payantes
- 118 5. Benchmark de quelques destinations Spa
internationales

130 CHAPITRE 4
L'offre de Spas dans les hébergements
marchands français

- 132** 1. L'offre de Spas présente dans l'hôtellerie française
- 144** 2. Le développement des Spas
dans les autres hébergements marchands
- 148** 3. Les principaux ratios de l'activité des Spas hôteliers
français

156 CHAPITRE 5
Perspectives de développement

- 158** Les grands axes de développement

178 ANNEXES

130



156



178



Destinations Bien-être et Spas

Attentes clientèles et stratégies de développement

La France possède une longue tradition et une identité forte en matière de tourisme de bien-être. Certaines de ses eaux thermales sont en effet réputées depuis l'Antiquité et c'est elle qui a inventé la thalassothérapie au XIX^{ème} siècle.

La croissance de cette filière passe notamment par des équipements variés : Spas, centres de thalassothérapie ou thermaux, centres thermoludiques ou de balnéothérapie. Progressivement l'offre s'étoffe, se diversifie, se segmente, s'hybride, se décline dans tous les hébergements, résidences de tourisme, villages vacances, campings, chambres d'hôtes, etc... Elle passe aussi par des logiques de destinations qui la valorisent au mieux dans un contexte de perpétuelle mutation.

Le secteur souffre pourtant d'un manque de données de référence qui freine son développement alors même que celui-ci est stratégique pour renforcer l'attractivité, dessaisonnaliser et renforcer le modèle économique de notre offre touristique.

La présente étude s'attache donc à analyser les attentes et les sensibilités en émergence des clientèles en matière de produits et services de bien-être, décrypter le marché actuel et analyser les composantes essentielles et incontournables de toute destination bien-être de demain.

Elle s'adresse donc aussi bien aux propriétaires et exploitants d'hébergements touristiques qui s'interrogent sur leur positionnement et leurs investissements qu'aux responsables publiques de destinations touristiques qui souhaitent s'appuyer sur cette tendance lourde du tourisme actuel, la recherche du bien-être.

ATOUT FRANCE

79-81 rue de Clichy • 75009 PARIS

Tél +33[0]1 42 96 70 00 • Fax +33[0]1 42 96 70 11

www.rendezvousenfrance.com

www.atout-france.fr

En partenariat avec



code barre à insérer

ISBN : 978-2-36711-032-5

ISSN : 1777-3997

PRIX : 24,95 € TTC

G.I.E. ATOUT FRANCE • SIRET : 340 709 211 00072 • Agence de développement touristique de la France